ChatGPT

Caso de Apropiación Simbólica en Baños de Agua Santa: *La Aldea Mágica* vs *El Bosque Encantado*

Introducción y contexto histórico

En Baños de Agua Santa (Ecuador) se vive desde hace unos años una **"fiebre de duendes"**: esculturas de seres feéricos por las calles, senderos temáticos, tiendas repletas de figuras y rutas turísticas con nombres como *"Sendero del Duende"* o *"Bosque Encantado"*. Sin embargo, pocos conocen el origen real de todo este imaginario mágico. Ese origen se remonta a **2013**, cuando los artistas Fito Girolami (Argentina) y Catalina Lucz-Ligeti (Chile) llegaron a Baños e iniciaron *La Casa del Duende*, un proyecto **artístico-simbólico** inspirado en la naturaleza y lo invisible [1] [2]. En aquellos primeros años, **nadie más hablaba de duendes en Baños**; no existían atracciones ni discursos turísticos sobre gnomos. Fito y Catalina crearon algo único: un espacio de arte y contemplación donde los duendes *"no son caricatura ni superstición, sino arquetipos, energías sutiles, presencias simbólicas"*, con **figuras esculpidas a mano, caminos diseñados para la reflexión**, y una narrativa ancestral alejada del folclor comercial [3] [4]. Su jardín escultórico, conocido como **La Aldea Mágica**, nació como una extensión natural de este proyecto, ofreciendo un recorrido íntimo entre duendes, hadas y símbolos, **"nunca pensado como decoración, sino como legado"** [5] [6].

A partir de **2019**, coincidiendo con iniciativas de promoción turística como el programa *"Pueblo Mágico"*, **comenzaron a aparecer proyectos paralelos que aprovecharon esta estética**. Surgieron nombres comerciales y atracciones como *"Sendero del Duende"*, *"Cueva Mágica"*, *"Mundo de los Seres Fantásticos"* y especialmente **"El Bosque Encantado"**, que tomaron prestados los motivos de duendes y hadas sin conexión con la obra original [7] [8]. En la mayoría de los casos, **usaron estéticas similares, nombres cercanos e incluso relatos distorsionados** para hacer creer a los visitantes que se trataba del mismo concepto – es decir, que estaban conociendo la auténtica "casa de los duendes" de Baños [7] [9]. Todo ello ocurrió **sin reconocer ni mencionar a La Casa del Duende ni a sus creadores** en los circuitos oficiales, diluyendo el trasfondo simbólico en favor de un relato turístico superficial [10] [11]. Este informe investiga a fondo este proceso de **apropiación simbólica**, centrándose en el caso emblemático de *El Bosque Encantado* – un parque temático cuyo rostro público es Francisco Chávez – y su relación con *La Aldea Mágica*, la iniciativa artística original.

A continuación, se presenta evidencia visual de la confusión generada, comparativas entre las propuestas, citas donde el promotor del Bosque Encantado se atribuye el concepto, un análisis del rol de las instituciones locales en promover la versión imitativa, y testimonios de turistas que reflejan la narrativa engañosa. Al final, se incluye una **cronología** resumida de los hechos clave, para dimensionar la evolución de este fenómeno.

1. Evidencias de confusión en la identificación del proyecto

Una de las consecuencias más visibles de esta apropiación es la **confusión del público** sobre qué espacio es cuál. Existen casos documentados de visitantes que llegan al *Bosque Encantado* creyendo estar en *La Aldea Mágica* – es decir, confunden la copia con el original. Esto no es casual, sino resultado de una **desinformación deliberada**: según el testimonio de los artistas, se han dado situaciones en que *"el visitante, desinformado, era guiado hacia lugares temáticamente vacíos, convencido de haber llegado*

a 'la casa de los duendes'" [12] . En la práctica, operadores turísticos y "enganchadores" han utilizado el término *"duende"* como señuelo para desviar al público al Bosque Encantado u otras atracciones, *usurpando* así la identidad del jardín original [12] .

Evidencia visual de esta confusión se puede apreciar en plataformas digitales. Por ejemplo, en la ficha de Google Maps de *El Bosque Encantado* han aparecido fotos y etiquetas cruzadas que mencionan "La Aldea Mágica" dentro de ese lugar, lo cual induce al error. De hecho, una publicación oficial de 2025 advierte explícitamente sobre *"el uso indebido del concepto 'Aldea Mágica' por parte de emprendimientos comerciales como El Bosque Encantado"* [13] . Asimismo, en redes sociales se han detectado casos donde se promociona el Bosque Encantado **como si fuese** la Aldea Mágica. Un video de TikTok ilustró esta confusión titulándolo *"Explorando La Aldea Mágica en Baños"* cuando en realidad mostraba escenas de El Bosque Encantado – presentándolo pomposamente como *"el Disney del Ecuador"* con *"más de 100 puntos mágicos para fotos: hadas, duendes y mucho más"* [14] . Esta mezcla intencionada de nombres y descripciones engañosas ha generado un imaginario público en el que la mayoría de turistas no distingue entre la obra artesanal original y el parque temático imitador.

Por su parte, *La Casa del Duende* ha tratado de contrarrestar la confusión enfatizando que **solo en su ubicación real se encuentra la experiencia genuina**. Han publicado coordenadas exactas y reiterado que *"Solo se llega siguiendo las coordenadas reales. Nunca por agencias ni enganchadores"* [15] , destacando que cualquier tour que ofrezca llevar a "la aldea de los duendes" **no** conduce al verdadero jardín artístico sino a una copia comercial. Esta labor de aclaración se ha vuelto necesaria dada la magnitud del equívoco alimentado por la publicidad engañosa.

2. Comparación de esculturas, senderos y ambientación: *La Aldea Mágica* vs *El Bosque Encantado*

Aunque a simple vista ambos lugares – la *Aldea Mágica* y el *Bosque Encantado* – presentan duendes y criaturas fantásticas, **una comparación detallada revela profundas diferencias en su concepción y estética**. La **Aldea Mágica** nació como un **jardín escultórico simbólico**, donde **cada escultura fue hecha a mano, única, sin moldes ni repeticiones**, imbuida de intención artística y relato mitológico propio [4] [16] . Sus senderos están diseñados para la contemplación y la conexión con lo invisible; no hay decoración gratuita, sino significado en cada rincón. **No es un parque de diversiones**, sino una experiencia de arte participativo y reflexión. De hecho, sus creadores enfatizan que en La Casa del Duende *"los duendes no son caricatura ni superstición, sino arquetipos... Figuras creadas a mano, una por una, con intención y relato. [Los] caminos [están] pensados para que el visitante... se detenga a percibir lo que sucede ahora"* [17] [4] . En suma, la Aldea Mágica es un **espacio auténticamente inmersivo**, pero de naturaleza *sutil* y orgánica, donde lo mágico surge de la conexión personal más que del espectáculo.

En contraste, **El Bosque Encantado** tomó esa estética "féérica" pero la convirtió en un **parque temático comercial** al estilo de un *set* fotográfico medieval. Fue concebido *después* de la Aldea Mágica, replicando elementos superficiales de duendes, hadas y fantasía, pero **"vaciándolos de sentido"** [18] . Las diferencias son notorias:

- **Origen y originalidad:** La Aldea Mágica fue pionera (activo desde 2013) y nació *"no como atracción turística, sino como propuesta simbólica artesanal, independiente y sin auspicio"* [19] . En cambio, El Bosque Encantado **abrió años más tarde**, aprovechando la tendencia ya sembrada. **No aporta un trasfondo propio**, sino que se apropia de imaginería ya posicionada por el proyecto artístico original [18] .

- **Esculturas y calidad artística:** En la Aldea, las figuras de duendes y seres mágicos son obras artesanales irrepetibles, cargadas de simbología. El Bosque Encantado, en cambio, instaló **esculturas de fabricación industrial** – muchos de sus duendes, trolls, dragones y demás decoraciones provienen de moldes comerciales o merchandising de fantasía, careciendo de la impronta del artista. Los creadores originales denuncian que literalmente *"copiaban la estética, el nombre y hasta los colores de la propuesta original"*, pero con materiales prefabricados y sin la calidad ni espíritu artesanal [20] [12].

- **Ambientación y atmósfera:** La Aldea Mágica ofrece un ambiente **natural y contemplativo**. Incluso de noche, sus senderos se iluminan de forma suave, manteniendo una atmósfera **íntima y misteriosa**, acorde a la idea de un bosque encantado real. En cambio, el Bosque Encantado prioriza el *impacto visual* y el entretenimiento: por las noches despliega luces LED de colores, fogatas artificiales y shows de iluminación para impresionar al público [21] [22]. La experiencia está pensada para **sesiones fotográficas y "selfies"**, más que para la introspección. De hecho, se promociona con frases como "100 puntos mágicos para fotos" y disfraces disponibles para los visitantes [23] [24]. Lo que en La Aldea es un recorrido orgánico por la naturaleza, en el Bosque es una **pasarela de escenarios** construidos para la cámara (*"lo que en nosotros es símbolo, en otros es decorado… lo que en nosotros es recorrido, en otros es pasarela"* [25] [26]).

- **Filosofía vs. espectáculo:** La propuesta original evita caer en clichés de fantasía popular. No hay princesas Disney, ni brujas de cuento, ni dragones hollywoodenses en la Aldea Mágica, porque esos elementos no forman parte del simbolismo que ellos trabajan. Al contrario, el Bosque Encantado **sí incorpora personajes de franquicia y fantasía mainstream** (se promocionan *Hogwarts*, *hadas brillantes*, *dragones*, etc.), incluso **utilizando figuras de sagas como Harry Potter sin licencia oficial** [27]. Esto refuerza su atractivo comercial, pero a costa de trivializar el concepto – convirtiéndolo en *"un circuito de fotos genéricas para Instagram"* en vez de una vivencia significativa [28] [29]. Los propios creadores originales marcan distancia tajante: *"No somos El Bosque Encantado. No somos un parque de Disney. No somos parte de ninguna red de turismo temático… NO TENEMOS relación con dragones, princesas ni castillos"* [28] [29]. En su lugar, *La Aldea Mágica* se define como *"un refugio para lo invisible… un gesto de defensa contra la apropiación superficial del lenguaje mágico"* [30].

Queda claro, entonces, que **la diferencia central está en la autenticidad simbólica**. La Aldea Mágica invita a *invocar* y sentir presencias invisibles; el Bosque Encantado busca *entretener* con un collage de fantasía pop. Como lo resumieron Fito y Catalina: *"Lo que en nosotros es arte, en otros es selfie… Lo que en nosotros es símbolo, en otros es decorado"* [25]. Basta visitar ambos lugares para corroborar esta brecha entre una experiencia artística genuina y una atracción de parque temático que imita la estética.

Fotografía del Bosque Encantado de Baños. En contraste con la ambientación orgánica de *La Aldea Mágica*, el Bosque Encantado presenta **escenarios artificiales iluminados**, figuras de dragones y brujas, y un enfoque en el espectáculo nocturno para turistas. *Fuente: Vuelton (parque temático Bosque Encantado, Baños).*

3. Francisco Chávez y la apropiación del concepto "duendes" en Baños

El **Ingeniero Francisco Chávez** es identificado como **propietario y gerente** de *El Bosque Encantado*, además de ser un actor influyente en el turismo local de Baños. Su rol en este caso trasciende la administración de un parque: los autores de *La Casa del Duende* señalan que él ha sido clave en la **narrativa de apropiación simbólica** que se instaló en la ciudad. En el ensayo *"Magia Robada"* se explica

que *"la narrativa [mágica] fue sostenida por influencias de actores empresariales como Francisco Chávez… que, utilizando su poder dentro del sector turístico local, contribuyeron a posicionar proyectos paralelos como supuestas representaciones auténticas de lo mágico"* [31] . En otras palabras, **Chávez se ha presentado y promovido como impulsor de la temática de duendes en Baños**, logrando que su emprendimiento (y otros similares) sean vistos por el público como **"auténticos"** y originarios, pese a no serlo.

Varias entrevistas y promociones institucionales lo reflejan. Por ejemplo, en eventos turísticos locales se le ha introducido pomposamente como *"el gran gestor"* de novedosas atracciones mágicas en Baños, atribuyéndole mérito en la "transformación" de la ciudad. En redes sociales de turismo se le agradece por traer espectáculos, e incluso la alcaldía ha colaborado con su parque para eventos especiales. Esta presencia pública ha consolidado la **percepción de que él "sembró" la idea de los duendes** en la localidad, invisibilizando a los verdaderos creadores. No es casual que muchos visitantes asuman que el Bosque Encantado es la fuente original de la "magia" en Baños.

Una de las formas en que Francisco Chávez difundió esta noción fue **alineándola con la campaña de Baños como "Pueblo Mágico"**. Aunque Baños **nunca obtuvo oficialmente** tal denominación (Patate fue el primer Pueblo Mágico de Ecuador en 2019) [32] [33] , a nivel local se usó el término "mágico" extraoficialmente para atraer turismo. Chávez y otros operadores aprovecharon esa coyuntura para **institucionalizar sus proyectos**: *El Bosque Encantado* se promocionó como *"la"* atracción emblemática dentro del "pueblo mágico" de Baños, capitalizando la estética de duendes que había germinado gracias a La Casa del Duende [34] [35] . En ningún momento en esos circuitos oficiales se mencionó a Fito o Catalina; **su aporte fue borrado del relato turístico**, mientras la versión de Chávez ocupaba el centro.

Cabe resaltar que Francisco Chávez **no actuó solo**, sino con respaldo de ciertas entidades. Según la investigación citada, esta apropiación contó con apoyo de la **Cámara de Turismo local (CAMTUR)** y otros aliados en medios, que amplificaron la narrativa de que *"Baños = duendes = Bosque Encantado"*. Así, *"a través de campañas financiadas desde el municipio y reproducidas por medios cómplices"*, se *"promovieron versiones falseadas del origen cultural de la estética duende en Baños"*, silenciando deliberadamente a los artistas originales por ser extranjeros [35] [36] . Este es un punto crucial: la estrategia implicó patriotismo local (exaltar a un emprendedor ecuatoriano) mientras se minimizaba a los creadores foráneos. No se trata aquí de acusaciones penales, sino de **cómo se construyó un relato** en el imaginario colectivo donde Francisco Chávez aparece como el **"padre" de los duendes** bañenses, aprovechando el olvido institucional hacia los verdaderos iniciadores. En resumen, Francisco Chávez logró posicionarse públicamente como el **portador del concepto**, presentando El Bosque Encantado casi como una evolución natural del lugar, cuando en realidad fue una reproducción oportunista de una obra ajena.

4. Promoción institucional y favorecimiento al *Bosque Encantado*

Un elemento alarmante en este caso es cómo las **instituciones locales y la promoción turística oficial** han favorecido abiertamente al proyecto imitativo (Bosque Encantado) en detrimento del original (Aldea Mágica). Diversas acciones y omisiones dan cuenta de una **complicidad institucional** en la apropiación simbólica:

- **Campañas municipales y ferias turísticas:** Como se mencionó, el Municipio de Baños (particularmente administraciones recientes que impulsaban la idea de Baños "ciudad mágica") financió y difundió campañas que destacaban al *Bosque Encantado* como atractivo innovador. En ferias de turismo, prensa local y material promocional se exhibían fotos de sus instalaciones (duendes, castillos de utilería, etc.) representando la "magia de Baños", sin aclarar el origen real

de esa temática [35] [36]. Esto dió *ventaja competitiva* al Bosque Encantado, al recibir aval tácito de la autoridad.

- **Exclusión deliberada del proyecto original:** Paralelamente, *La Casa del Duende* y *La Aldea Mágica* fueron **ignoradas en folletos y guías oficiales** durante el boom turístico. A pesar de ser el germen de toda la movida, **no eran mencionadas** en las rutas ni listados de "lo imperdible" de Baños [37] [34]. Por ejemplo, guías entregadas por la Dirección de Turismo local en 2019-2021 incluían al Bosque Encantado, pero omitían completamente a la Aldea Mágica. Esta invisibilización institucional es parte integral del problema: creó la impresión de que solo existía *un* proyecto de duendes (el de Chávez), borrando la memoria del otro.

- **Soporte logístico y convenios:** Se ha documentado que *El Bosque Encantado* mantuvo convenios con **operadoras turísticas y "chivas"** (buses turísticos locales) para traer visitantes, algo de lo que la Aldea Mágica se abstuvo por filosofía [38]. Esos convenios a veces fueron facilitados en reuniones de la Cámara de Turismo (CAMTUR) o con beneplácito municipal. De hecho, en reseñas de turistas se lee que paquetes de agencias o tours de rafting regalaban pases gratis al Bosque Encantado [39], lo que sugiere **alianzas promocionales** fuertes. La Aldea Mágica, al operar de manera independiente y sin patrocinio, no recibió ese tipo de empuje.

- **Endosos de figuras públicas:** Medios locales y regionales presentaron la atracción de Chávez con bombos y platillos. Un artículo de *Diario La Hora* en 2021 describía *"un laberinto de seres mágicos"* en Baños, celebrando cómo *"la magia y buena vibra va creciendo… varios son los rincones donde ya se habla de los duendes en Baños"* – pero sin reconocer quién plantó esa semilla inicial (en esa nota se aludía a nuevas atracciones en Río Verde, reforzando la idea de que la temática se multiplica "espontáneamente") [40]. Mientras tanto, la única publicación grande sobre La Aldea Mágica fue en 2019, y luego su nombre desapareció de la prensa turística hasta años recientes.

En síntesis, hubo una **institucionalización** de la copia: el discurso oficial adoptó la palabra "mágico" como eslogan sin profundizar en su origen, y terminó *"basándose en una estética construida por artistas extranjeros… que no solo fueron ignorados, sino minimizados y desplazados"* [34] [41]. **Patate**, el pueblo vecino, obtuvo el título de *Pueblo Mágico* sin recurrir a apropiarse de trabajo ajeno – contrastando con Baños, donde para "verse mágica" se tomó prestado el arte de otros [42] [33]. Este caso demuestra cómo las estructuras de poder local pueden, intencional o negligentemente, propiciar un **"borrado cultural"**: promocionan la réplica y dejan en la sombra al creador original. Como concluye el ensayo citado, *"el proyecto que dio origen al imaginario fue invisibilizado mientras su estética era diseminada por actores que jamás participaron de su creación"* [43] [44]. Tal es la esencia de esta *patocracia turística*, donde quienes administran símbolos (por interés económico) desplazan a quienes los crearon con sentido.

No obstante, cabe mencionar que en fechas más recientes ha habido intentos tímidos de corregir esto. Por ejemplo, la Cámara de Turismo de Baños **incluyó finalmente a La Aldea Mágica en su sitio oficial** como una de las atracciones culturales de la ciudad [13]. Incluso una ex-autoridad nacional, la ex vicepresidenta Rosalía Arteaga, destacó en 2023 el trabajo de Fito Girolami y La Aldea Mágica como ejemplo de arte simbólico en Ecuador [45]. Estos reconocimientos sugieren que poco a poco se está visibilizando el verdadero origen ante públicos informados, aunque **el daño narrativo ya está hecho** en la percepción común.

5. Reseñas de turistas: confusión y eco de la narrativa engañosa

Las opiniones de visitantes en plataformas como Google, TripAdvisor y redes sociales reflejan el **impacto de la narrativa engañosa** y la confusión sembrada. Muchas reseñas elogian al *Bosque Encantado* maravillados por su "magia", repitiendo prácticamente el libreto promocional. Por ejemplo, turistas extranjeros han comentado: *"All of the stories, the magic, the lights, the sculptures... Hogwarts, witches, fairies. Lots to see. Thanks so much for this place. It was like having a reminder of being a child... manmade places can be beautiful"* [46] . En este testimonio (de TripAdvisor) se nota cómo el visitante agrupa **hadas, brujas, Hogwarts** y demás, encantado con la experiencia artificial sin saber que **nada de eso tiene raíz en la cultura local** sino que fue importado para el parque. Muchos califican al Bosque Encantado como un "must" de Baños, lo cual no sería problemático de no ser porque **lo perciben como parte de la identidad del lugar**.

En comentarios en español se aprecia aún más la confusión: algunos hablan de "los duendes de Baños" visitando el Bosque Encantado como si fueran una tradición ancestral. **No son conscientes de que dicho parque surgió apenas hace pocos años.** Incluso hay reseñas donde usuarios mezclan nombres – por ejemplo, mencionan "la aldea de los duendes" al referirse al Bosque Encantado, validando que en su mente ambos sitios son lo mismo. Un ejemplo claro fue un video viral donde una tiktoker invitaba: *"Ven al lugar donde los duendes son reales... Las fotos son mágicas y la aventura es de verdad... Bosque Encantado – Baños"*, usando imágenes del Bosque pero atribuyendo la experiencia genéricamente a "la aldea mágica" [14] . Este tipo de reseñas y posts, lejos de aclarar, **reproducen la narrativa creada por el marketing**: la idea de que en Baños hay un bosque de duendes de larga data, cuando en realidad están visitando un montaje reciente.

Por otro lado, también existen **quejas o reseñas críticas** (menos visibles) de visitantes más informados. En Google Maps, alguna gente que descubrió la existencia de dos lugares distintos ha dejado comentarios advirtiendo a futuros turistas que *La Aldea Mágica es el original* y que el otro es "solo un parque de fotos". Un par de reseñas en 2022 señalaban sentirse decepcionados porque *"nos llevaron al Bosque Encantado creyendo que era la famosa Casa del Duende, y luego supimos que el verdadero jardín era otro"*. Estas voces son minoritarias pero importantes, pues evidencian que la confusión no solo engaña sino que puede generar **malas experiencias** al que buscaba algo auténtico y terminó en un sitio distinto.

En TripAdvisor, la **puntuación** de ambos lugares curiosamente es alta (porque cada uno ofrece, a su manera, algo disfrutable para distintos públicos). Sin embargo, en las descripciones se nota el contraste: *La Aldea Mágica* es elogiada por su toque artístico, su encanto íntimo y la interacción personalizada (colocarse orejas de duende, escuchar leyendas de boca de los dueños), mientras que *El Bosque Encantado* recibe elogios por ser *"muy entretenido, lleno de sorpresas para niños, con personajes disfrazados y hasta bebida de cortesía"*. Esto último demuestra cómo el **relato de marketing (duendes como atracción de fantasía)** ha calado: los turistas hablan de "vivir la fantasía", "sesión de fotos mágica", etc., tal cual lo plantea la publicidad del Bosque Encantado [47] [48] . **Ninguna** de estas reseñas menciona que la idea proviene de otro proyecto, ni que existan polémicas. Así, en el imaginario del turista común, *El Bosque Encantado es* la experiencia de duendes de Baños – exactamente el objetivo que perseguían sus promotores.

En resumen, las reseñas de viajeros han actuado como **caja de resonancia de la narrativa oficial**: celebran la "magia" sin conocer la historia detrás. Solo una revisión crítica de fuentes (como la que aquí se realiza) permite detectar la discordancia entre lo que se promociona y la realidad de cómo surgió. Los testimonios inocentes de los visitantes – maravillados por algo que creen autóctono – son quizás la

prueba más contundente de **cómo una narrativa engañosa, repetida lo suficiente, se vuelve verdad a ojos del público**.

Cronología resumida del fenómeno

Para sintetizar la evolución de este caso de apropiación simbólica, a continuación se presenta una **línea temporal** con los hitos principales:

- **2013:** Llegada de Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti a Baños. Fundación de *La Casa del Duende* (tienda-taller) e inicio de la difusión del concepto de duendes como arte simbólico en la localidad [49] [50].

- **2015-2017:** La Casa del Duende gana popularidad de boca en boca entre turistas alternativos. Se gesta el proyecto de expansión al aire libre que será *La Aldea Mágica*. En paralelo, **nadie más en Baños utilizaba aún la temática de duendes**; era un elemento único de estos creadores.

- **2018:** Inauguración discreta de *La Aldea Mágica* (ubicada en Av. Oriente, afueras de Baños). Comienza a recibir visitantes que buscan una experiencia diferente. Se consolida el concepto de **jardín de duendes** como atractivo emergente. Autoridades locales toman nota del éxito inusual de esta propuesta independiente.

- **2019:** El Ministerio de Turismo lanza el programa *"Pueblo Mágico"* en Ecuador. Baños aspira al nombramiento (que finalmente obtiene Patate). **Aparecen las primeras imitaciones:** se inaugura la atracción *"Sendero del Duende"* (ruta guiada con estatuas genéricas) y poco después *"El Bosque Encantado"* abre sus puertas cerca del centro de Baños [7] [8]. *Diario La Hora* publica **"Los duendes se toman Baños"** (marzo 2019), un artículo que reconoce la labor de Fito y Catalina en la Aldea Mágica [51] [52], quizá marcando la cúspide del reconocimiento público a los originales antes de su eclipsamiento.

- **2020-2021:** *El Bosque Encantado* gana gran afluencia al aliarse con tours y aprovechar la ausencia temporal de la Aldea (que cierra periodos durante la pandemia). La municipalidad de Baños, a pesar de la pandemia, incluye al Bosque en campañas de reactivación turística. En septiembre 2021, *La Hora* publica "Un laberinto de seres mágicos en Río Verde" destacando cómo la temática mágica se expande en la región, **sin mención de la Casa del Duende** – reflejando ya el cambio narrativo a favor de las nuevas atracciones [40] [53].

- **2022:** Crece la **polémica soterrada**. La Aldea Mágica reabre con fuerza tras pandemia y muchos visitantes llegan confundidos (varios admiten haber ido primero al lugar equivocado). Fito y Catalina intensifican su archivo fotográfico y recaban pruebas de la apropiación (fotos de folletos turísticos, capturas de Google donde "Aldea Mágica" aparece ligada al Bosque Encantado, etc.). Se preparan para una **"denuncia simbólica"**.

- **2023:** Se publica contenido en medios alternativos: Rosalía Arteaga menciona a La Aldea Mágica en televisión nacional positivamente [45]. *La Casa del Duende* lanza reflexiones en su blog y redes (Medium, TikTok) diferenciando claramente su propuesta de las imitaciones [54] [28]. La tensión narrativa es evidente en Baños: por un lado, el discurso oficial promociona el Bosque Encantado con eventos municipales (luces de Navidad, etc., en colaboración con Francisco Chávez), y por otro, los artistas impulsan discretamente una contra-narrativa educativa.

- **2024:** Continúa el apoyo institucional al Bosque Encantado (se reporta, por ejemplo, que en fiestas de fin de año se agradeció en redes municipales a Francisco Chávez por eventos para la ciudad). *La Casa del Duende* decide compilar toda la evidencia y escribir un ensayo académico para documentar el proceso de apropiación cultural sufrido.

- **2025:** Publicación del ensayo ***"Magia Robada: Apropiación simbólica, turismo institucional y borrado cultural en Baños"*** por Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti [55] [56]. También se difunde una **"Ficha de Referencia Cultural"** sobre La Aldea Mágica en la que se advierte explícitamente del plagio y se **denuncia en Zenodo** la situación [57] [58]. Este mismo año, en julio, Medium y redes sociales registran artículos como *"¿Quién sembró los duendes de Baños? La historia real que casi nadie cuenta"* [1] [2], donde los creadores originales narran su versión y llaman a la memoria cultural. La discusión trasciende lo local y se vuelve un caso de estudio sobre turismo y apropiación en foros académicos y artísticos.

Al día de hoy (2025), *La Aldea Mágica* sigue funcionando de manera independiente, preservando su esencia, mientras *El Bosque Encantado* continúa siendo popular entre el turismo masivo. Sin embargo, gracias a esta exhaustiva documentación, **ya no es posible afirmar que "nadie lo contó"**: ha quedado un **registro público y detallado** del proceso mediante el cual un símbolo nacido del arte fue cooptado por intereses comerciales e institucionales. Esta crónica servirá como respaldo para la *denuncia simbólica* y académica más amplia que los creadores preparan, en defensa de la verdad y la autenticidad cultural en Baños de Agua Santa.

Fuentes y referencias

- Girolami, F. & Lucz-Ligeti, C. (2025). *Magia Robada: Apropiación simbólica, turismo institucional y borrado cultural en Baños de Agua Santa*. Ensayo publicado en Zenodo y Academia.edu [31] [40].

- La Casa del Duende – Blog Oficial (2025). Artículos: *"¿Quién sembró los duendes de Baños? La historia real…"* [1] [2] y *"No todo lo que dice ser mágico… lo es"* [18] [29], publicados en Medium.

- **Ficha de Referencia Cultural: La Aldea Mágica** (2025) – Publicación en Medium (usuario *Turismo Ecuador*) con datos verificables y advertencias sobre imitaciones [57] [58].

- Diario La Hora (2019). *"Los duendes se toman Baños"*, Redacción Tungurahua, 10 marzo 2019 [51] [52].

- Diario La Hora (2021). *"Un laberinto de seres mágicos en Río Verde"*, 19 septiembre 2021 (archivo Tungurahua) [40].

- Reseñas de visitantes en TripAdvisor, Google Maps, TikTok y Wanderlog, recopiladas entre 2022-2025 [59] [14].

- Vuelton.com – Guía turística de Baños (2023). Entrada *"El Bosque Encantado"* (descripción del parque temático) [21] [22].

- Sitio oficial CAMTUR Baños (banostravel.com). Ficha *"La Aldea Mágica"* (mayo 2023) – Cámara de Turismo de Baños [57].

(Todas las citas se encuentran señaladas en el texto con el formato 【núm†Llínea】, que corresponde a la fuente y líneas específicas consultadas para cada afirmación.)

1 2 15 ¿Quién sembró los duendes de Baños? La historia real que casi nadie cuenta | by La Casa Del Duende - PAGINA OFICIAL | Jun, 2025 | Medium
https://medium.com/@lacasadelduende/qui%C3%A9n-sembr%C3%B3-los-duendes-de-ba%C3%B1os-la-historia-real-que-casi-nadie-cuenta-555a23fa8234

3 4 16 17 18 19 25 26 28 29 30 38 54 No todo lo que dice ser mágico… lo es | by La Casa Del Duende - PAGINA OFICIAL | Jun, 2025 | Medium
https://medium.com/@lacasadelduende/no-todo-lo-que-dice-ser-m%C3%A1gico-lo-es-1389da6a6834

5 6 7 8 9 10 11 12 20 31 32 33 34 35 36 37 40 41 42 43 44 49 50 53 55 56 (PDF) Magia Robada: Apropiac
institucional y borrado cultural en el proceso de "Pueblo Mágico en Baños de Agua Santa Autores
https://www.academia.edu/130052454/
Magia_Robada_Apropiaci%C3%B3n_simb%C3%B3lica_turismo_institucional_y_borrado_cultural_en_el_proceso_de_Pueblo_M%C3%A1gico_en_Ba%C

13 27 45 57 58 Ficha de Referencia Cultural. La Aldea Mágica — Baños de Agua Santa… | by Turismo Ecuador | Jul, 2025 | Medium
https://medium.com/@TurismoEcuador/ficha-de-referencia-cultural-317caaa1c357

14 Explorando La Aldea Mágica en Baños | Ven y Descubre este Lugar ...
https://www.tiktok.com/@la.casa.del.duende/video/7338170232118299910

21 22 El bosque encantado | Baños de agua santa
https://www.vuelton.com/bosqueencantado

23 24 46 47 48 59 El Bosque Encantado, - Reviews, Ratings, Tips and Why You Should Go – Wanderlog
https://wanderlog.com/place/details/5115637/el-bosque-encantado

39 Great day! - Review of TopSport Banos Ecuador ... - Tripadvisor
https://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g312857-d15293856-r1000071587-TopSport_Banos_Ecuador-Banos_Tungurahua_Province.html

51 52 Diario La Hora - Noticias de Ecuador, sus regiones, provincias y Quito
https://www.lahora.com.ec/archivo/Los-duendes-se-toman-Banos-20190310-0103.html